

# Les indications géographiques : définition, processus, acteurs, enjeux. Le cas de l'Afrique de l'Ouest et du Centre.

---

Séminaire Biodivalloc Niger  
Niamey, 2-3 avril 2008

*Didier Chabrol & Denis Sautier - CIRAD*

- 
- ❑ La propriété intellectuelle et les indications géographiques
  - ❑ L'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI) et son rôle
  - ❑ Les IGs: processus et rôle des acteurs
  - ❑ En résumé...

# La propriété intellectuelle et les indications géographiques

---

Didier Chabrol & Denis Sautier -  
CIRAD / Niamey, 2/04/08 /  
Séminaire Biodivalloc

# La propriété intellectuelle (PI)

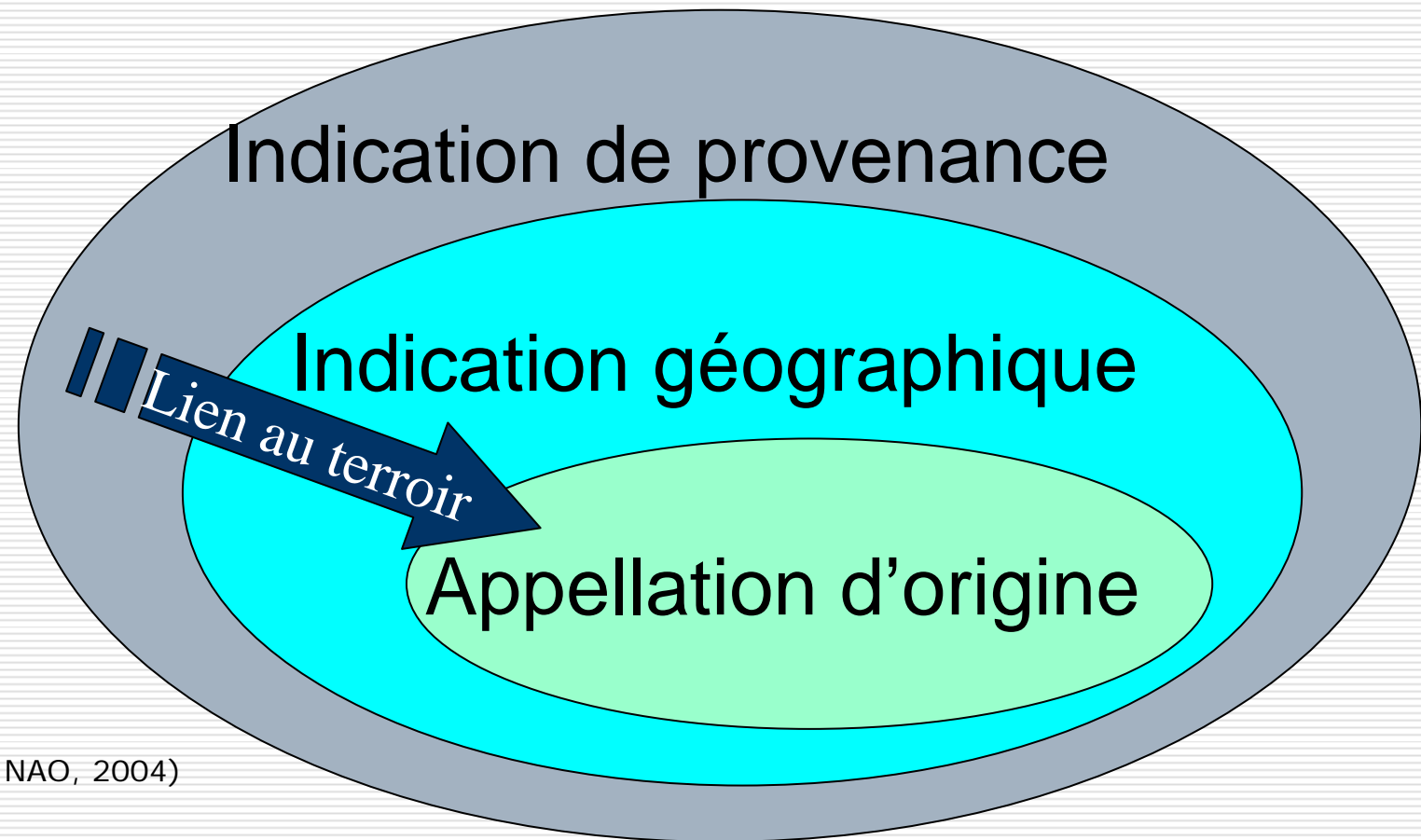
---

## □ Qu'est-ce que la propriété intellectuelle ?

- brevets / variétés végétales
- modèles et dessins
- marques déposées et marques collectives
- design industriel
- circuits intégrés et logiciels
- propriété artistique : droits d'auteur
- ***indications géographiques***

# Provenance, IG, origine...

---



(V. Fouks, INAO, 2004)

# IGs et marques

---

- Une marque peut utiliser un nom géographique avec lequel le produit désigné n'a aucun rapport
- Exemple:
  - Gentiane Salers est une boisson produite ailleurs qu'à Salers: marque, délocalisée
  - Fromage Salers est produit autour de Salers: IG (AOC) non délocalisable

# Quelle reconnaissance des IGs?

---

- ❑ Premières IG: Europe du Sud; vins et spiritueux. Reconnaissance internationale progressive. Règlement européen 1992.
- ❑ Accords ADPIC de l'OMC (1994) **imposent** reconnaissance des IGs et nécessité d'organisation au plan national.

# Les IGs selon l'OMC

---

- Les indications géographiques : “des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire, dans les cas où **une qualité, réputation ou autre caractéristique** déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à cette origine géographique”.



# Qu'est-ce qu'une IG enregistrée/protégée ?

---

- Un **produit** remarquable,
  - avec une caractéristique liée à une région déterminée,
  - ayant une réputation établie
- Une **organisation** de producteurs (et/ou transformateurs),
  - qui travaillent dans une zone délimitée,
  - et adoptent des règles techniques en vue de garantir cette qualité distinctive
- Un **droit collectif** d'usage d'un nom pour ce produit. ***Ne peut être vendu. Est ouvert. Protège.***

# Qu'est-ce qu'une IG « spontanée »?

---

- Exemples d'indications géographiques non protégées :
  - Gari de Savalou, toiles de Korhogo, huile de palme de Boké...  
Produits “co-construits” entre le milieu naturel (climat, ressources) et humain (tradition, savoirs)
- On se déplace spécialement pour aller les acheter : « *On ne peut pas obtenir le même produit ailleurs* »
- Le nom et la réputation inspirent confiance
- Les produits sont déjà reconnus par certains commerçants et consommateurs
- Les acheteurs sont fidèles et payent parfois plus cher
- Rôle dans l'économie et l'image de la région.

# De plus en plus d'IGs

---

- ❑ Chine: thé de Long Jin, de Maotai, alcool jaune de riz de Shaoxin, jambon de Xuan Wei
- ❑ Vietnam: Nuoc Mam sauce de poisson fermenté de Phu Quoc
- ❑ En élaboration : riz parfumés (riz au jasmin Hom Mali de Thaïlande), thés (Darjeeling - Inde), cafés (Indonésie, Kenya, Amérique centrale,...)

# Le cas de la Chine

---

- ❑ 1999: mise en place des règles pour reconnaître, gérer, contrôler et respecter les IG
- ❑ Fin 2002: 43 IG reconnues; 80 produits additionnels en cours de reconnaissance (dont de nombreuses plantes médicinales )
- ❑ Bénéfices pour les producteurs : exemple de l'alcool jaune de riz de Shaoxing :
  - Avant IG:** importante contrefaçon en Chine et à Taiwan,
  - Après:** Les exportations vers le Japon ont augmenté de 14 %; les prix ont augmenté de 20 %, développement important du marché intérieur, réduction des produits de contrefaçon

# L'Organisation africaine de la propriété intellectuelle (OAPI)

---

et son rôle par rapport aux  
indications géographiques

# L'OAPI et son rôle (1)

---

- instrument régional de gestion de la propriété intellectuelle : enregistrement et reconnaissance
- tient lieu, pour chacun des Etats-membres, de service national de la propriété industrielle
- fondée en 1962 et régulée par l'Accord de Bangui du 2 Mars 1977, révisé le 24 février 1999
- 16 Etats membres: **Bénin, Burkina Faso, Cameroun, République centrafricaine, Congo, Cote d'Ivoire, Gabon, Guinée, Guinée-Bissau, Guinée-Equatoriale, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal, Tchad, Togo.**
- s'appuie dans chaque pays-membre sur une Structure Nationale de Liaison, située au sein du Ministère en charge du Commerce et de la propriété intellectuelle.

# L'OAPI et son rôle (2)

---

## □ Outils à retenir:

- Les marques individuelles ou collectives
- Les indications géographiques
- Ce que fait l'OAPI:
  - cadre juridique général
  - enregistrement
  - définition des sanctions

# Actions de l'OAPI

---

- ❑ La possibilité d'enregistrement d'IG existe depuis l'accord révisé: 1999. Mais les procédures concrètes et l'organisation restent à mettre en place, autour d'exemples précis : pas encore d'enregistrement de produit africain à ce jour.
- ❑ Première IG reconnue par OAPI : Champagne (2006).



# Actions de l'OAPI (2)

---

- Une action de longue haleine depuis 2000 :
  - action soutenue par OMPI, INPI, et ministères français
  - appui technique par INAO et CIRAD
  - 4 pays-pilotes : Burkina, Cameroun, Côte d'Ivoire, Guinée
  - implication forte et efficace des Ministères de l'Agriculture = rôle dans l'identification et l'évaluation des produits
  
- 2004: formation des Min de l'Agriculture de toute la zone
  
- 2005: Conférence Ouagadougou sur les IG, avec Ministres de l'Agriculture + Ministres chargés de la PI
  - 2 produits potentiels priorités dans chaque pays-pilote
  - Plan d'action pluriannuel: nouvelle étape à partir de 2008

# Ce que ne fait pas l'OAPI

---

- Repérage et recensement des produits
- Etudes et enquêtes de terrain
- Élaboration d'un cahier des charges avec les producteurs
- Décision par ministère compétent
- Saisine de l'OAPI
- Avis sur le contrôle de qualité

➤ Principe d'une *Commission nationale des IGs* acté par conférence Ougadougou décembre 2005

# 2008 : nouvelle étape

---

- Financement du projet OAPI par l'Agence française de développement (AFD) dans le cadre du Programme de renforcement des capacités commerciales (PRCC)
  - Cameroun (miel d'Okou, poivre de Penja)
  - Côte d'Ivoire (toiles de Korhogo, attiéké de Grand-Lahou)
  - Actions sur autres pays-pilotes et toute zone

# Les (IGs) en Afrique de l'Ouest et du Centre : processus et rôles des acteurs

---

# Repérer les produits : une fiche simple

---

- ❑ **1- Nom du produit :**
- ❑ **2- Type de produit :** *Production agricole ou agroalimentaires, viandes, fruits, gommes, etc.*
- ❑ **3- Description du produit :** *Caractéristiques physiques (forme, aspect), organoleptiques (textures, arômes), ou autres caractéristiques qui le distinguent, ainsi que les techniques d'élaboration.*
- ❑ **4- Aire géographique :** *Décrire l'aire de production le plus précisément possible.*
- ❑ **5- Antériorité, histoire, usage du nom, notoriété**
- ❑ **6- Connaissance de la filière et du marché :** *Quantités produites, commerce, différentiel de prix, traçabilité, marché final*
- ❑ **7- Lien à l'origine géographique :** *Facteurs humains ; Facteurs physiques ; Caractérisation de l'aire de production*
- ❑ **8- Groupement demandeur :**

# Une nécessaire évaluation

---

*«Le CIRAD et l'I.N.A.O. souhaitent attirer l'attention des partenaires sur plusieurs points :*

- ☐ *La demande d'IG doit être intégrée dans **un projet plus global de promotion et de commercialisation** du produit tourné vers l'extérieur.*
- ☐ *La **notoriété du produit doit dépasser le groupe local**.*
- ☐ *A moyen terme, l'enregistrement des IG au niveau de l'UE peut renforcer la protection et constituer un objectif.*
- ☐ ***La notion d'IG implique celle de durabilité** : le produit doit être fabriqué de façon à ce que le terroir soit préservé."*

# Le haricot vert du Sourou (Burkina) [Ouagadougou, 2005]

---

- ❑ "Une production importante et prioritaire (...) avec un fort potentiel de notoriété et de développement sur les marchés extérieurs. La vallée du Sourou offre de bonnes conditions de production. (...) développer une approche qualité sur ce produit, depuis la parcelle jusqu'à l'exportation, en garantissant avant tout une fraîcheur et donc une logistique optimales.
- ❑ Une démarche de type « assurance qualité dans la filière » est parfaitement adaptée au haricot vert de contre-saison développé sous contrat avec les clients, avec un cahier des charges de production défini par les acheteurs. En revanche ce produit est assez éloigné de la notion d'Indication Géographique qui est basée sur un produit localisé dont les caractéristiques dépendent essentiellement du milieu géographique. **En tant que produit de contre-saison ce n'est pas en effet la typicité du produit qui prime pour les acheteurs, mais la fraîcheur et la conformité.**
- ❑ **Ce produit n'est pas adapté à une démarche I G"**

# Le miel blanc d'Oku (Cameroun) [Ougadougou, 2005]

---

- ❑ Ce miel de montagne possède une texture crémeuse et une couleur blanche complètement spécifiques, liées aux conditions de floraison en haute altitude dans la région du Mont Oku au Nord-Ouest du Cameroun.
  - ❑ Le **lien au lieu** est clair, incontestable, et facilement repérable tant par les producteurs, que par les négociants et les consommateurs.
  - ❑ Il existe une **pratique ancienne** d'extraction du miel par les populations locales, et d'usage alimentaire et médicinal.
  - ❑ Le miel est déjà commercialisé sur les métropoles Yaoundé et Douala, avec **une réputation certaine** et grandissante
- 
- ❑ **Ce produit est adapté à une démarche indication géographique**



# Trois composantes

---

## □ **Le produit :**

- Préciser les caractéristiques distinctives.
- Identifier les conditions locales de production, récolte et post-récolte, conduisant à un produit possédant la qualité recherchée.

## □ **Organisation de producteurs et filière :**

- Communication et concertation en vue d'***un cahier des charges*** et d'un plan de contrôle.
- Suivi et évolution des accords.

## □ **Appui officiel**

- Loi et réglementation (Décret).
- Appui technique et financier.

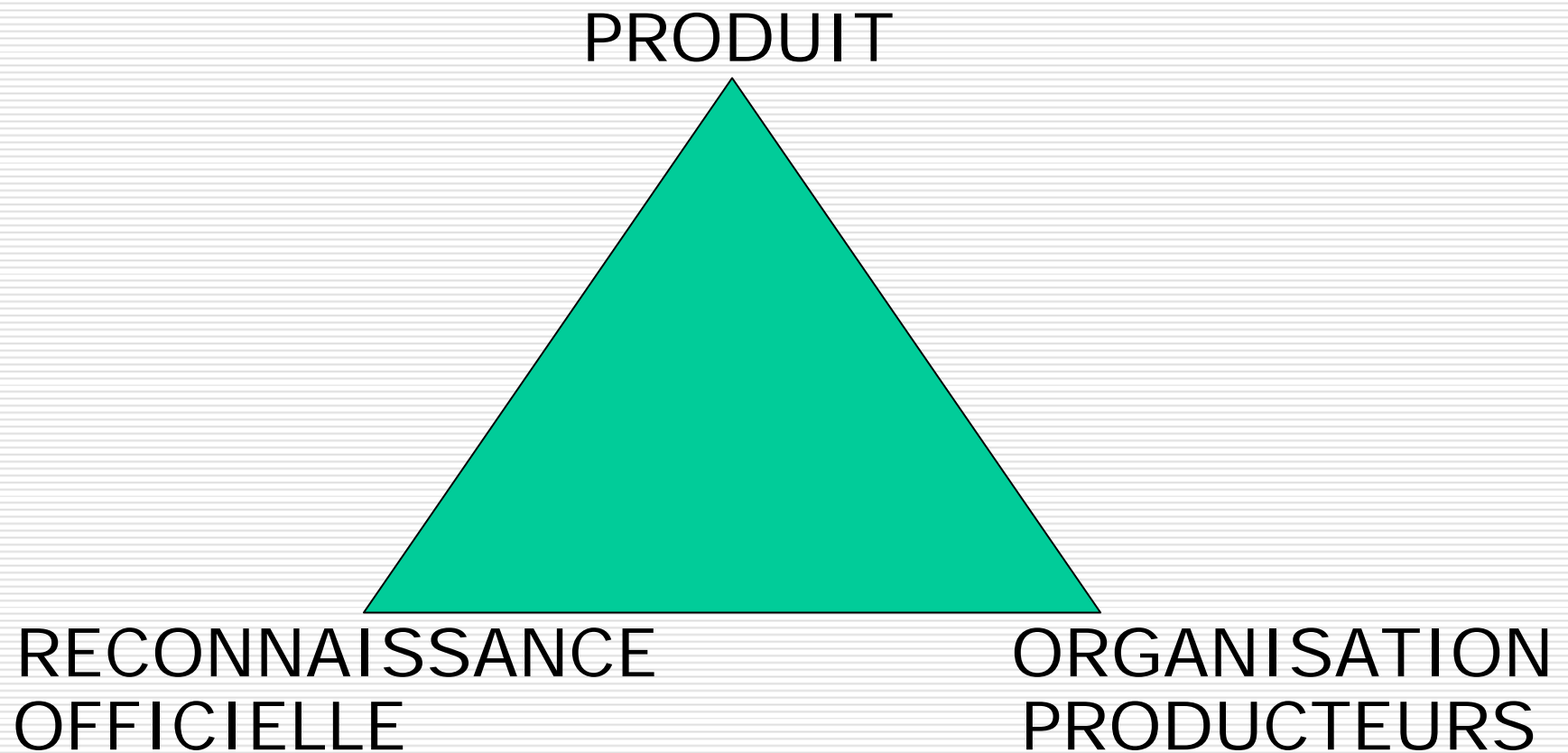
# En résumé...

---

Les IGs : trois composantes → un  
passeport pour le marché

# Trois composantes

---



# Indication géographique : conditions requises du produit

---

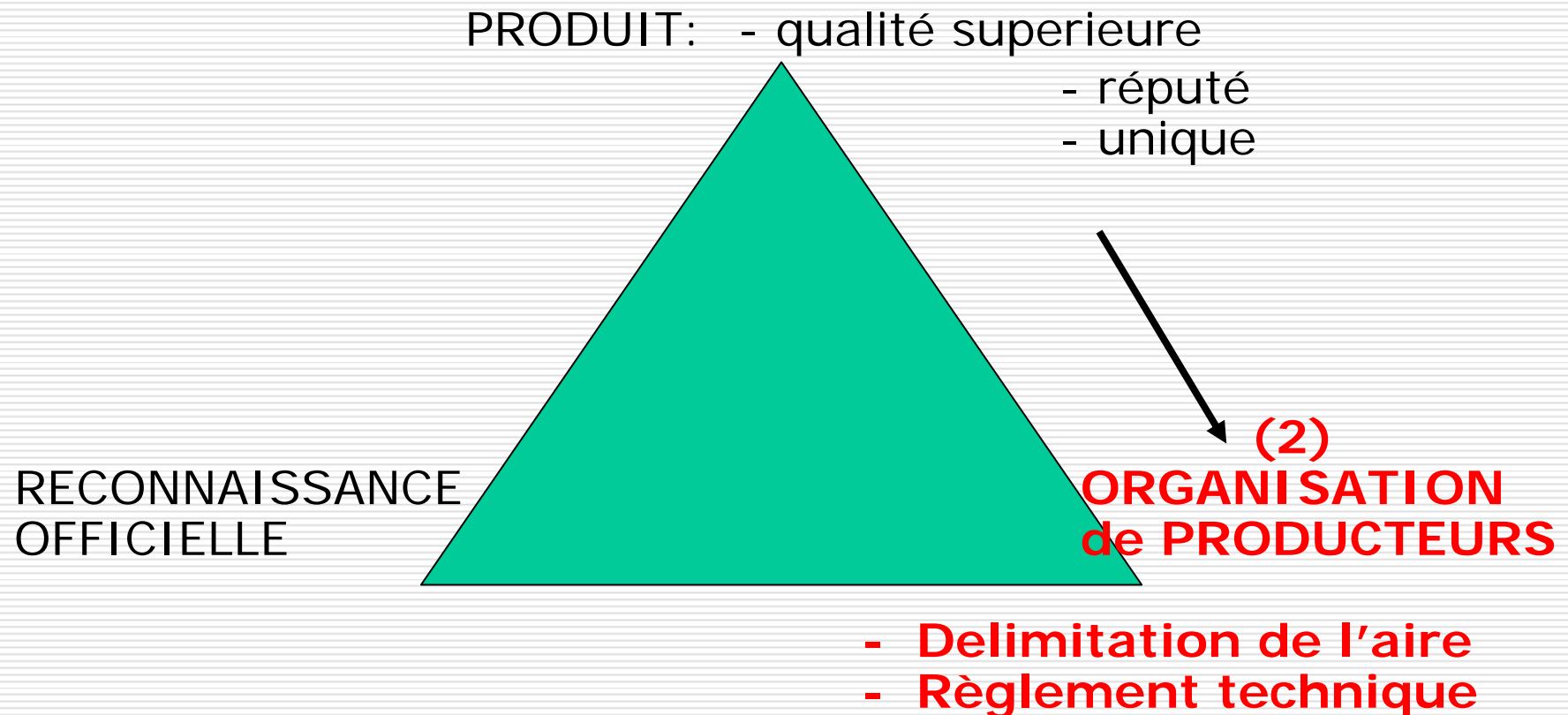
**(1) PRODUIT:** - qualité supérieure  
- réputé  
- unique

RECONNAISSANCE  
OFFICIELLE

ORGANISATION  
de PRODUCTEURS

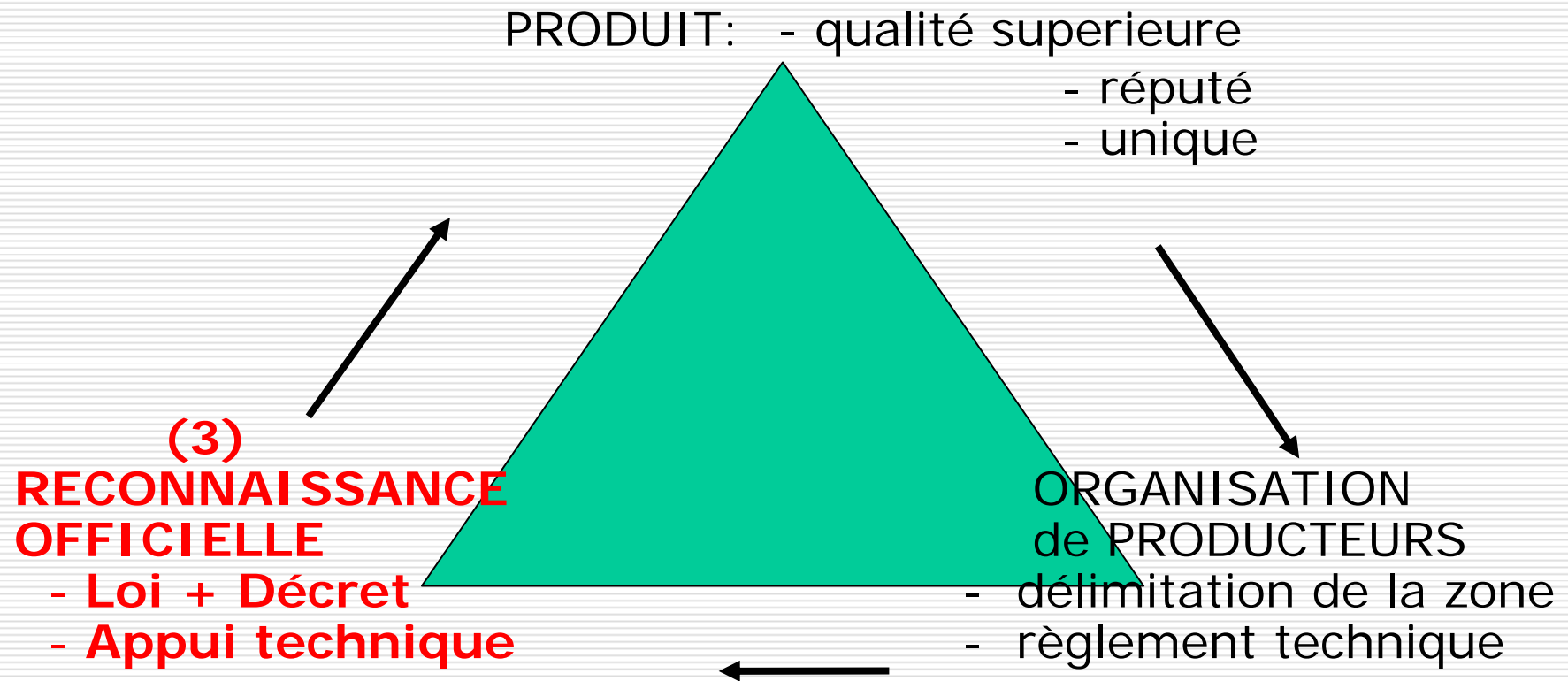
# Indication géographique : conditions requises des producteurs

---



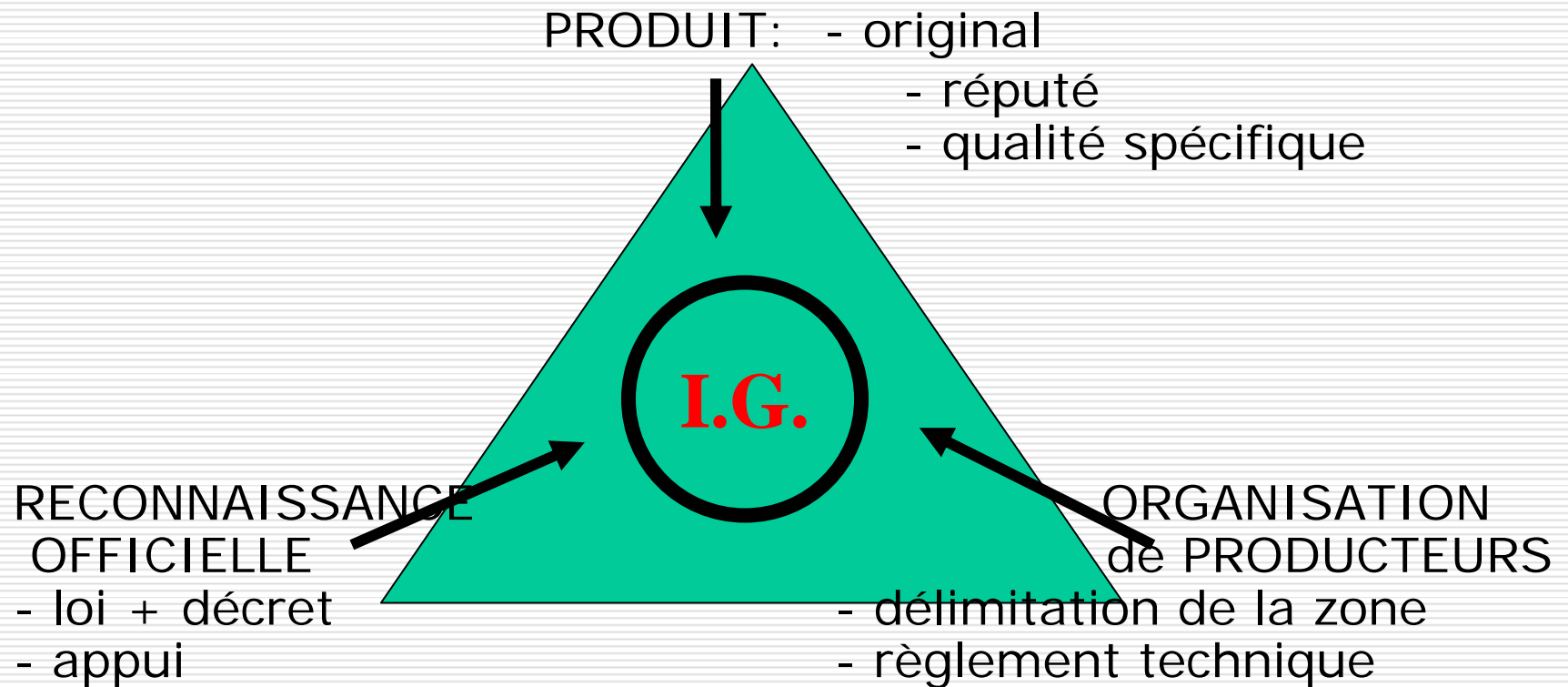
# Indication géographique : conditions requises de l'Etat

---



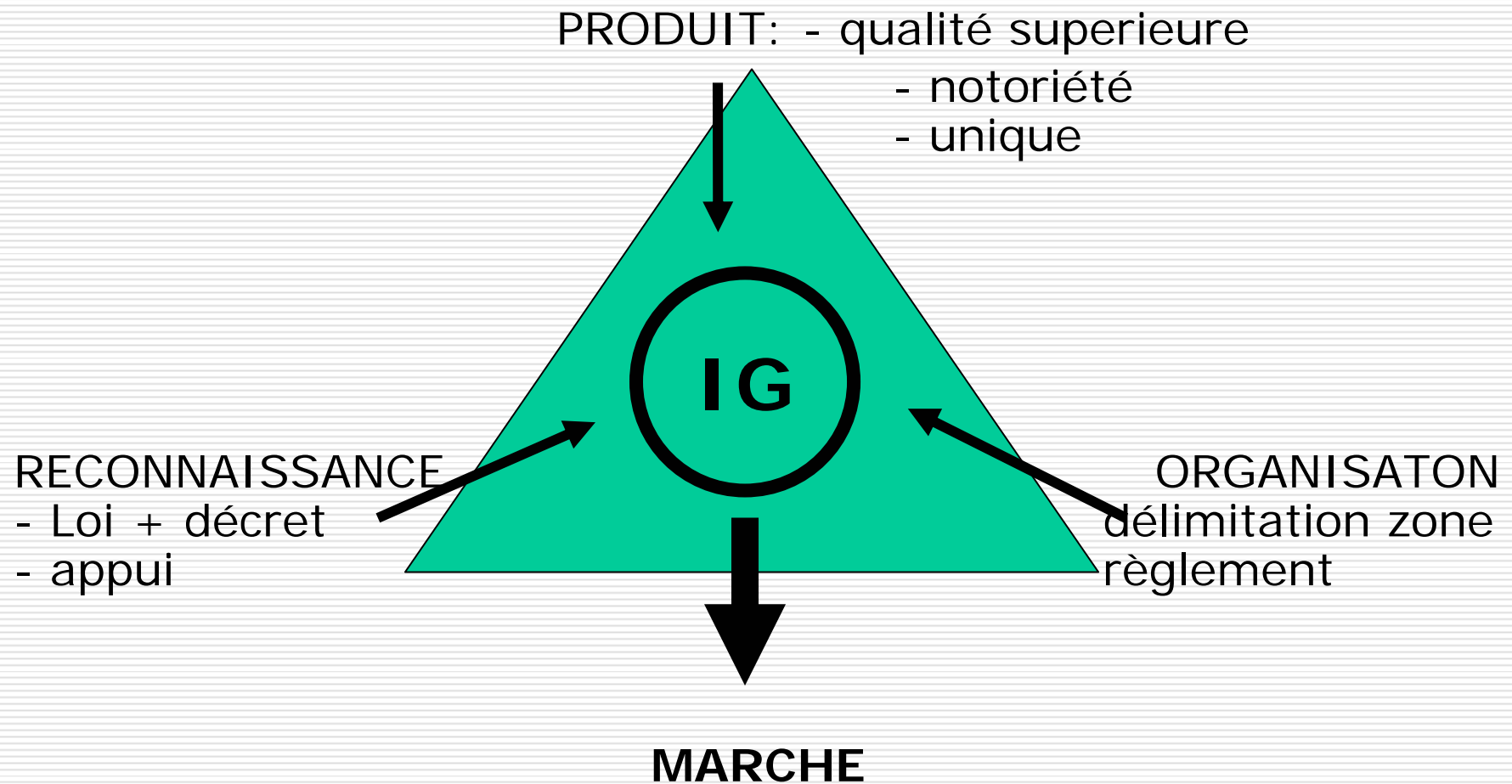
# Les conditions sont réunies pour une IG

---



# IG : passeport pour le marché

---





# L'indication géographique : un passeport pour le marché

---

**Accroît confiance et sécurité pour  
l'acheteur, le consommateur**

**Opportunité de valeur ajoutée pour  
les producteurs**

**Protection contre appropriations  
privées et/ou externes à la zone**